



Mit dem nachstehenden Link gelangen Sie auf die betreffende horesga-Seite, klicken Sie dazu [hier](#)
 In der PDF-Datei befinden sich - je nach Ansicht - weitere Weblinks, über die Sie auf weitere horesga-Seiten geleitet werden.



Branchen-Beamer



Wo und wann stand was in den Fachmedien?
Die Suchmaschine für Hotellerie und Gastronomie

Energiesparwunder
mit Energiestromkosten: mind. 3 Jahre
> Invernal > Invernal > Invernal > Invernal
> Last saving control > Abfrage Referenzwerte



NEU

ECO-GREENSTAR®-SAFE 2004-LAPTOP
H x B x T 220 x 450 x 450 mm
ECO-GREENSTAR®-SAFE 100
H x B x T 220 x 350 x 270 mm



TÜV

Alle Minibars und TÜV geprüft

ECO-GREENGLASS 40 / 40 Liter
Stromverbrauch bis 0,39 kWh / Tag möglich
Bestimmt die stromsparendste Minibar der Welt
ECO-GREENSTAR® 30 / 30 Liter
Stromverbrauch bis 0,19 kWh / Tag möglich
Die weltweite Minibar-Produktion ist mit 30% energieeffizienter (2- und 4000 €) gegenüber der 3. Top-Verbraucher

KREUZER

DAMIT ES WARM WIRD!




Terrassenstrahler
www.tansun-europe.com

Suche
Branchen
Medien



Terrassengeschäft: Impulse für das Terrassengeschäft - Gastronomisches Marketing: Außenfläche nutzen / Mit Aktionskalender „im Gespräch“ bleiben



Draußen wird's gemütlich - doch was gehört dazu, damit das Terrassengeschäft läuft? Welche Aktionen heizen den Umsatz an? Wir stellen die wichtigsten Marketing-Instrumente und innovatives Equipment vor. > ... u.a. ... Gastronomisches Marketing: Außenfläche nutzen > Während der Auswahl gemütlicher Lounge- und Sitzmöbel sowie der Konzept- und Farbgestaltung nebst Beleuchtung auf der Terrasse viel Aufmerksamkeit gewidmet wird, ist das Marketing dagegen einer der großen, vielfach unterschätzten Faktoren für den Umsatz im Terrassengeschäft: Experten zufolge lassen Gastronomen ihr Umsatzpotenzial gerade in der Außengastronomie häufig brachliegen, obwohl die Terrasse oder der Biergarten vor dem Lokal eine exzellente Visitenkarte mit hervorragenden Werbeflächen ist, mit der sich durch wenig Aufwand Kundschaft anziehen lässt: Auf Tafeln, Aufstellern und Tischsets, Schirmen, Trennwänden, Windabweisern, Transparenten und Werbeflaggen lassen sich Informationen und Werbung zum eigenen Unternehmen, zu besonderen Angeboten und Produkten schnell und effizient kommunizieren. Fahnen, Baumbeleuchtung, Lichter- und Wimpelketten haben eine zusätzliche Signalwirkung und unterstreichen einen einladenden Eindruck schon von weitem. ... Mit Aktionskalender „im Gespräch“ bleiben > Für einen zuverlässigen Besucherstrom empfehlen sich zusätzlich regelmäßige Aktionen zur Umsatzsteigerung: ein sogenannter Aktionskalender ist ein nachweislich erfolgreiches und werbewirksames Instrument der Verkaufsförderung, mit dem Gastronomen nicht nur ihr Unternehmens-Image pflegen, sondern auch kontinuierlich mit ihren Stammgästen sowie potenziellen Gästen auf unterschiedlichen Kanälen kommunizieren können. ...ff

gastronomie hotellerie

Titel	Gastronomie & Hotellerie
Ausgabe	2018-04
Seite	36-37
Verlag	HUSS-Medien GmbH

Branchen-Links

Office

Foyer und Office, Technik, Mobiltelefone / Apps / Smartphones / iPads (mit Internetzugang / Reservierungsfunktion), Marketing & Management



WWW.FLAUSCHY-DECKE.COM

FÜR GEWINNER



Mit dieser Technik spült die Welt!



EIN FELL FÜR ALLE FÄLLE





Komfort und Service für Ihre Gäste

www.sibra.eu



Online - Buchungssystem & Web Design für Hotels



Ausgezeichnete Hotelsoftware



Perfekt passendes Hotelmanagement

DUNICEL ♥ DUNILIN

PALUX

Das gute Produkt